

1

Introdução

O Brasil apresenta não só taxas de analfabetos absolutos, mas também percentuais significativos de analfabetos funcionais, indivíduos que, mesmo sabendo ler e escrever, não possuem as habilidades de leitura, cálculo e escrita necessárias para o desenvolvimento pessoal e profissional de suas próprias vidas (UNESCO, 2009).

Para se ter uma idéia, 17% dos consumidores de 15 a 24 anos, 24% dos que tem de 25 a 34 anos, 38% daqueles entre 35 e 49 anos e 55% na faixa etária compreendida entre 50 e 64 anos são analfabetos funcionais (INAF 2007), uma realidade que gera dificuldade e restrições, principalmente no campo do consumo.

Dentre os consumidores analfabetos absolutos, tal limitação é evidente. Todavia, mesmo entre os brasileiros escolarizados, percentuais significativos revelam problemas na compreensão e análise informações e atributos, proporcionando o prejuízo da qualidade de um número inestimável de escolhas alimentares.

O índice de escolaridade e de analfabetismo da população vem evoluindo no decorrer dos anos, todavia seu ritmo não é capaz de acompanhar as demandas do processo de compra. A dinâmica dos mercados se altera: dos pequenos balconistas de pequenos comércios passa-se para as lojas de auto-serviço, chegando-se ao ambiente virtual de compras; de uma pequena oferta de produtos presencia-se um boom de produtos lançados e distribuídos nas gôndolas dos supermercados, chegando-se ao serviço de customização pelo consumidor; de produtos tradicionais e uniformes observa-se um sem-número de extensões de linha, de marcas e opções variadas.

Dessa forma, ao mesmo tempo em que se presencia um ambiente de compra mais livre e diversificado, demanda-se o entendimento de novos atributos, o desenvolvimento de novas competências para funcionar em um contexto social

de consumo modificado. Requisitos que são tangíveis para consumidores plenamente alfabetizados, porém geradores de maior complexidade e exclusão frente aos consumidores analfabetos funcionais.

Neste sentido, chega-se ao entendimento de que nem todos os consumidores possuem condições educacionais para lidar com tomadas de decisões que envolvem elaboradas análises.

Dentro deste ambiente, o rótulo serve como o importante meio de comunicação entre o produto e o consumidor. De mero identificador de produtos, o rótulo passa a disponibilizar um esquema complexo de informação sobre marca, atributos físicos e nutricionais; de simples invólucro de acondicionamento passa a funcionar como objeto portador da comunicação, identidade e valores da marca; de detentor de conteúdo livre e irrestrito passa a ser regulamentado e fiscalizado, com a incumbência de dispor conteúdo de linguagem clara e universal, condizente com as condições educacionais da população, com informações que suprem os anseios dos consumidores, promotor de escolhas de alimentos mais corretas.

No extremo da cadeia, estão os fabricantes de alimentos, os quais têm que persuadir e vender os produtos aos consumidores, respeitando as normas de rotulagem e a legislação de defesa do consumidor. No meio deste processo, está a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, órgão governamental responsável por normatizar as informações a serem disponibilizadas na rotulagem de alimentos e incumbido de fiscalizar o cumprimento das suas determinações, assegurando aos consumidores o acesso a informações úteis e confiáveis sobre o produto que estão consumindo.

Por fim, no outro extremo, estão os consumidores, dos quais se exigem níveis mínimos de letramento e numeramento para que possam construir e negociar significados junto aos elementos dos rótulos e desenvolver uma funcionalidade frente a este tipo de prática contextual.

1.1 Relevância

Sendo a obrigatoriedade da rotulagem nutricional uma medida recente, implementada no final da década de 90, torna-se relevante explorar o grau de apreensão do público consumidor. Investigar o estado de entendimento frente ao conteúdo nutricional disposto nos rótulos de alimentos industrializados por consumidores de mais distintos perfis torna-se uma oportunidade para avaliar tanto as condições de acesso da população quanto para questionar o formato, abordagem, objetivo e eficiência das informações disponibilizadas neste importante suporte de informação para a decisão de compra, a segurança alimentar e a nutricional.

Acredita-se que o estudo fornece dados e abre perspectivas de análise para diversos *players* de mercado, como empresas alimentícias, agências de publicidade, órgãos de fomento de políticas públicas, agências fiscalizadoras e normatizadoras, sem falar de profissionais da área de saúde e nutrição.

Mais especificamente, entende-se que os resultados da pesquisa fornecem subsídios para a condução de estudos futuros sobre rotulagem nutricional aplicados ao contexto sócio-econômico brasileiro. A partir de tais descobertas, busca-se evidenciar não só o nível de entendimento da população a respeito da rotulagem nutricional de alimentos, mas também as variáveis de perfil potencialmente influentes na determinação do entendimento. Espera-se também que o método de avaliação proposto, juntamente com o delineamento de seus itens de rotulagem nutricional e a aferição dos níveis de dificuldade encontrados auxilie no desenvolvimento de estudos mais aprofundados na área de letramento funcional aplicado ao contexto da rotulagem.

1.2 Objetivos

Dado o contexto apresentado e a importância do rótulo, o presente trabalho surge com o seguinte objetivo:

- Avaliar o nível de entendimento dos consumidores aplicado à rotulagem nutricional de alimentos industrializados.

Para se atingir o objetivo geral, devem ser percorridos alguns objetivos intermediários:

- Identificação dos pressupostos de letramento funcional;
- Busca de um sistema de avaliação educacional adequado;
- Levantamento do conteúdo obrigatório e sua presença nas embalagens;
- Identificação de parâmetros nutricionais básicos da amostra;
- Desenvolvimento de teste avaliador do entendimento frente à rotulagem nutricional.

1.3 Hipóteses de Pesquisa

Após a definição dos objetivos principais e intermediários, parte-se para a apresentação das hipóteses de pesquisa. Inicialmente, apresenta-se a hipótese geral de pesquisa:

- Há entendimento universal a respeito da rotulagem nutricional de alimentos?

A partir da hipótese geral de pesquisa, surgem algumas hipóteses básicas da pesquisa, a serem investigadas:

- Há diferenças quanto ao nível de entendimento da rotulagem nutricional entre homens e mulheres?

Pesquisas anteriores apontam para um melhor entendimento por parte das mulheres (Drichoutis et al, 2005; Guthrie et al, 1995; Kim, Nayga e Capps, 2001; Govindasamy e Itália, 1999; Cowburn e Stockley, 2005).

- Há diferenças quanto ao nível de entendimento da rotulagem nutricional frente aos leitores e não-leitores de rótulos alimentícios?

Estudos prévios indicam maior aplicação de conhecimento em avaliações de produtos (Shine, O'reilly, O'Sullivan, 1997), melhor performance (Levy e Fein, 1998), maior conhecimento nutricional (Drichoutis, Lazaridis e Nayga, 2009) e

ingestão de alimentos de maior qualidade (Kim, Nayga e Capps, 2000) entre leitores de rótulos.

- Há diferenças quanto ao nível de entendimento da rotulagem nutricional entre respondentes de rendas distintas?

No que tange a esta questão, não há consenso a respeito do efeito da renda no uso de rótulos nutricionais (Drichoutis, Lazaridis e Nayga, 2006). Todavia, em grupos vulneráveis particulares, com renda baixa, há maior propensão a não compreenderem os rótulos nutricionais (Cowburn e Stockley, 2005). Levantamentos similares a esta hipótese revelam que a renda não é uma variável que influencia fortemente o desejo de se pagar para ter informações nutricionais nos produtos (Caswell e Padberg, 1999; apud Prathiraja e Ariyawardana, 2003; Rothman et al, 2006).

- Há diferenças quanto ao nível de entendimento da rotulagem nutricional entre respondentes de escolaridades distintas?

Considera-se que o nível de educação possui um efeito positivo no uso de rótulos nutricionais. (Nayga, 1997; apud Govindasamy e Italia, 1999; Silva, 2003; Rothman et al, 2006).

- Há diferenças quanto ao nível de entendimento da rotulagem nutricional entre respondentes de idades distintas?

A idade é tida como variável que influencia na busca por informação nutricional (Silva, 2003; Drichoutis et al, 2008; Drichoutis, Lazaridis e Nayga, 2007).

- Há diferenças quanto ao nível de entendimento da rotulagem nutricional entre respondentes que realizam compras para a família e os que não realizam?

Não são encontrados estudos prévios frente a esta hipótese de pesquisa, todavia sugere-se que os compradores de alimentos para a família estão mais a par dos elementos descritos nas embalagens dos produtos alimentícios, possuindo por esta razão um conhecimento maior do que os que compram apenas para consumo próprio.

- Há diferenças quanto ao nível de entendimento da rotulagem nutricional entre respondentes que fazem exercícios regularmente e os que não fazem?

O exercício está positivamente relacionado à probabilidade de uso das informações nutricionais (Kim, Nayga e Caps, 2000). Acrescenta-se também que consumidores que fazem exercícios se consideram mais cientes a respeito do conteúdo nutricional dos alimentos (Gracia, Loureiro e Nayga, 2006).

- Há diferenças quanto ao nível de entendimento da rotulagem nutricional frente ao hábito de se realizar refeições fora de casa?

Respondentes que planejam suas refeições no domicílio e que fazem exercícios são mais propensos a considerarem as questões nutricionais mais freqüentemente em suas escolhas alimentares do que os que não fazem exercícios (Rimal et al, 2000).

1.4 Estruturas da Dissertação

Este estudo divide-se em Introdução, Revisão da Literatura, Método, Análise dos Resultados e Conclusão. A introdução apresenta o tema da rotulagem nutricional contextualizado no ambiente de *marketing*, sua relevância e os objetivos da pesquisa.

Na introdução são iniciadas a discussão do tema e a contextualização do problema de pesquisa da dissertação. É ressaltada sua relevância e por fim são apresentados os objetivos e hipóteses de pesquisa.

Na revisão da literatura são explorados os conceitos de letramento funcional e numeramento, na medida em que são utilizados como pressupostos metodológicos da pesquisa. Posteriormente, são descritos sistemas de avaliação educacionais relevantes e é escolhido o método de avaliação inspirador da metodologia do teste da presente pesquisa. Por fim, parte-se para a descrição

dos aspectos da rotulagem, tais como funções, evolução da legislação alimentar e algumas leis relevantes em vigor.

Na seção de método, são descritas de forma detalhada todas as etapas de construção do questionário da pesquisa, desde o momento de pré-concepção até a coleta de dados.

Os resultados incluem a descrição da amostra coletada, com suas variáveis de perfil, análise da qualidade da prova aplicada aos respondentes e os detalhes das descobertas da avaliação.

Por fim, na conclusão são mostrados os principais resultados da pesquisa, suas implicações gerenciais e sugestões para estudos futuros.

1.5 Definição de Termos

Entende-se que para fins do presente estudo, o rótulo por completo não é abordado. São definidas como objeto de estudo no rótulo as informações nutricionais complementares, chamadas também de propagandas nutricionais e as tabelas de informação complementares, assim como as competências necessárias para seu entendimento. Portanto, não são considerados nesta dissertação elementos como marcas, logomarcas, imagens quaisquer, categorias de produtos, muito menos *design* de embalagens, excluindo-se também informações não citadas que não fazem parte dos objetos de estudo delimitados.

Por informação nutricional complementar entende-se como qualquer afirmação, sugestão ou implicação no rótulo de que um produto possua propriedades nutricionais particulares, não somente em relação ao valor energético, mas também ao conteúdo de proteínas, gorduras, carboidratos e fibra alimentar, vitaminas e minerais.

Por tabela de informação nutricional entende-se o esquema que contém a listagem dos componentes nutricionais de um produto, suas quantidades por porção, seus percentuais de valores diários, o valor energético por porção e a

orientação “% Valores Diários com base em uma dieta de 2.000 kcal ou 840 KJ. Seus valores diários podem ser maiores ou menores dependendo de suas necessidades energéticas”.

Ressalva-se que os elementos constituintes das informações nutricionais e das informações nutricionais complementares não são idênticos em todas as categorias de produtos alimentícios, apesar de obedecerem a um padrão de uniformidade. Reconhece-se que são analisados com maior ênfase para o desenvolvimento do estudo os seguintes produtos alimentícios: pão de forma, peixes enlatados, macarrão, leite longa vida, manteiga, margarina, biscoitos, arroz, cereais matinais e achocolatados.

Introduzido e contextualizado o tema, prossegue-se para a revisão da literatura referente ao letramento do consumidor e rotulagem nutricional, áreas-chave para o desenvolvimento da pesquisa da dissertação.